



Jörg Dehm,  
Kämmerer der Stadt Dinslaken

#### Kurzinterview:

Stadtkämmerer Jörg Dehm, Kontakt: Joerg.Dehm@dinslaken.de, Telefon 0 20 64/6 64 41, Stadt Dinslaken, Platz d'Agem 1, 46535 Dinslaken, www.dinslaken.de

#### 1. Ein Wort, mit dem Sie „Ihre“ Stadt beschreiben würden.

Quirlig.

#### 2. Nennen Sie drei Highlights von Dinslaken.

1. Der Mix zwischen dem quirligen Stadtleben und der landschaftlich bevorzugten Lage, damit verbunden eine hohe Wohn- und Lebensqualität auf der Schnittstelle zwischen der Metropolregion Ruhrgebiet und dem Niederrhein.
2. Die hohe Verweilqualität in der Innenstadt, nicht zuletzt geprägt durch das besondere Ensemble von Altmarkt, historischem Rathaus und der Kathrin-Türks-Halle.
3. Die überdurchschnittlich große Bereitschaft der Menschen, sich ehrenamtlich für ihre Stadt zu engagieren.

**3. Wo sehen Sie Dinslakens Schwächen?**  
Die größte Schwäche ist, dass die Stärken bisher zu wenig vermarktet wurden.

#### 4. Ihr nächstes Projekt ist . . .

die im Grundsatz beschlossene Dinslakener Wirtschaftsförderungs-, Marketing- und Tourismusgesellschaft mbH „ans Netz“ zu bringen, um damit diese Schwäche abzustellen und die Neuaufstellung in den Bereichen Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing zu erreichen.

Mit der neuen Reihe „Stadt-Gespräch“ porträtiert die Niederrheinische IHK in ihrer Kammerzeitschrift „Thema Wirtschaft“ – beginnend mit dieser Ausgabe – Städte, Stadtteilzentren und Gemeinden aus dem Kammerbezirk. Dabei steht die Transparenz von Stadtmarketing-Prozessen unter Berücksichtigung von Stadtentwicklungs- und Handelsaspekten im Vordergrund. Wer macht was? Und wie machen die „anderen“ das? Außerdem weisen wir auf die wichtigsten Veranstaltungen der Stadt hin und stellen in einem Kurzinterview den konkreten Ansprechpartner für das Stadtmarketing vor Ort vor.

#### „In Dinslaken tut sich was ...“

An der Rheinschiene – in der Randzone des nördlichen Ruhrgebietes – liegt im Kreis Wesel das Mittelzentrum Dinslaken. Rund 71 000 Menschen leben in der alten Hansestadt. Zwei Autobahnen mit insgesamt vier Anschlüssen sowie die Bundesstraße 8 sorgen für eine gute Anbindung. In unmittelbarer Nähe liegen nicht nur das Oberzentrum Duisburg, sondern auch eine Reihe weiterer Mittelzentren wie Oberhausen, Bottrop und Voerde. In direkter Nachbarschaft zum Einkaufszentrum CentrO in Oberhausen muss sich Dinslaken einem erheblichen Konkurrenzdruck stellen.

Im Wettbewerb bestehen und sich vorteilhaft positionieren – diese Devise hat sich Dinslaken seit einigen Jahren in Sachen Stadtmarketing auf die Fahne geschrieben, mal mehr und mal weniger er-

folgreich. Doch nun scheint es, dass die Stadt auf dem richtigen Weg ist, um ihren Standort im Wettbewerb der Regionen um die Gunst des Konsumenten zu behaupten. 2002 wurde die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH Köln (GMA) von der Stadt, der Hellmich Projektentwicklung GmbH und der Karstadt AG beauftragt, ein Einzelhandelsgutachten zu erstellen.

Ziel der Untersuchung war es, die aktuellen Daten der Einzelhandelsituation der gesamten Stadt zu überprüfen, um – darauf aufbauend – Leitlinien für eine bedarfsgerechte Versorgung der Wohnbevölkerung und anstehende Standortfragen der Innenstadtentwicklung zu erarbeiten. Hierzu wurden umfangreiche Befragungen bei Bürgern und Einzelhändlern durchgeführt. Auf der Grundlage der Analyse sollen zukünftige Entwicklungschancen Dinslakens aufgezeigt werden und gezielte Maßnahmen und Strategien zur Attraktivitätssteigerung getroffen werden, um die Kaufkraftbindung zu erhöhen, die zurzeit nur unzureichend ist: 513 Einzelhandelsbetriebe erwirtschaften auf einer Verkaufsfläche von 112 320 Quadratmetern einen Bruttoumsatz von 341 Millionen Euro. Die Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner liegt mit 1,59 Quadratmetern zwar über dem Bundesdurchschnitt (1,3 Quadratmeter), aber deutlich unter dem vergleichbarer Städte (2,0 Quadratmeter).



Bei der traditionellen Martini-Kirmes im November wird die City in einen bunten Jahrmarkt verwandelt.



Der Neutorplatz im Entwurf eines Architektenbüros.

Nachholbedarf besteht insbesondere in den Warengruppen „Bekleidung“ sowie „Sportartikel“ und „Bücher“, also zentrenrelevanten Sortimenten.

In drei Themenworkshops (Handlungsempfehlungen, Verkehrs- und Standortplanung, Einkaufsstadt) wurden gemeinsam mit Verwaltung, Politik, der Karstadt AG, der Hellmich Projektentwicklungs GmbH, dem Einzelhandelsverband, der IHK und den Werbegemeinschaften die Empfehlungen vertiefend diskutiert. Die Teilnehmer des Arbeitskreises werden in der Zukunft die Innenstadtentwicklung in einem Beirat begleiten. Als vorrangige Empfehlungen sieht das Gutachten gezielte Stadtentwicklungsmaßnahmen für die Innenstadt vor.

Dinslaken hat dabei den großen Vorteil, dass bereits im Jahr 2001 von der Unternehmensgruppe Hellmich in Abstimmung mit der Stadt beim renommierten Düsseldorfer Architekturbüro RKW, Rhode, Kellermann, Wawrowsky ein Entwicklungskonzept für den Kernbereich der City erstellt wurde, auf dem hervorragend aufgebaut werden kann. „Stadträume verdichten und attraktive Nutzungsangebote machen“ – Architekt Matthias Pfeifer vom Planungsbüro RKW sieht darin Dinslakens große Chance für den entscheidenden Schritt in die Zukunft. Als vorrangige Entwicklungsstandorte sehen beide Gutachten den Bereich Neutor und den Hans-Böckler-Platz vor.

Als weitere Handlungsempfehlung sollen die Stadtmarketing-Aktivitäten verbessert und ein Citymarketing-Konzept erstellt werden. Kein Konzept für die Schub-

lade, denn es wird bereits aktiv umgesetzt, um eine schlagkräftige Organisation aufzubauen. Der Rat der Stadt hat Ende letzten Jahres in einem Grundsatzbeschluss der Gründung einer Wirtschaftsförderungs-, Marketing und Tourismusgesellschaft zugestimmt. Die Stadt wird mit einem Anteil von 60 Prozent am Stammkapital der Gesellschaft beteiligt sein. Die restlichen 40 Prozent werden durch die Stadtwerke Dinslaken GmbH, die Sparkasse Dinslaken/Voerde/Hünxe, den Stadtmarketing Dinslaken e.V. und die Karstadt Warenhaus AG getragen. Die Stelle der Geschäftsführung für die Marketinggesellschaft ist bereits ausgeschrieben und soll in den nächsten Monaten besetzt werden.

Stadtmarketing braucht eine starke Identifikation aller Akteure aus Politik, Verwaltung, Handel und Wirtschaft. Dass diese Konstellation in Dinslaken gegeben ist, zeigte die gemeinsame Veranstaltung der Stadt mit dem Lokale-Agenda-Büro im Februar dieses Jahres zum Thema „Standort Dinslaken – Innenstadt gemeinsam stärken und entwickeln“. Dort zeigten die Vertreter von Politik, Einzelhandelsverband, IHK, Haus und Grund, Werbegemeinschaften und Stadtmarketing e.V. Einigkeit über das Erfordernis, gemeinsame Handlungsstrategien zur Etablierung Dinslakens im zunehmenden Standortwettbewerb zu entwickeln. „Dinslaken hat Trümpfe genug. Jetzt müssen endlich die Maßnahmen umgesetzt werden“, fordert Jörg Dehm, Kämmerer der Stadt.

Ute Homann,  
Niederrheinische IHK ■

## Veranstaltungen und Tourismus

Mindestens zweimal im Jahr steht ganz Dinslaken Kopf. Während der DIN-Tage ist alles auf den Beinen und die Stadt swingt. In der letzten Augustwoche gibt es traditionell Kultur live auf den Straßen: Musik aller Stilrichtungen, Theater, Gaukler und Kunsthandwerk zwischen Neutor und Altmarkt. Ein Fest für die ganze Familie mit verkaufsoffenem Sonntag. Ebenso verhält es sich beim Fantastival. Die Spielstätte, das Burgtheater, ist mitten drin in der lebendigen City, dort wo ein Festival hingehört. Das schöne Ambiente lockt nicht nur Zuschauer aus der Region, sondern aus ganz Deutschland. In diesem Jahr mit dabei sind alte Bekannte wie Götz Alsmann, Rumpelstil und das Johann-Strauß-Orchester Wiesbaden. Der Vorverkauf hat bereits begonnen: Karten und Programm finden Interessenten unter <http://www.fantastival.de>.

### „Dinslaken auf einen Blick“

Einwohnerzahl:  
71 192  
Fläche in km<sup>2</sup>:  
47,67  
Städtepartner:  
Agen (Südfrankreich)  
Aral (Israel)

### Veranstaltungs-Highlights in Dinslaken

9. bis 17. Juli Fantastival  
[www.fantastival.de](http://www.fantastival.de)  
27. bis 30. August DIN-Tage  
5. bis 9. November Martini-Kirmes



*Fantastival im schönen Ambiente des Burgtheaters.  
Alle Fotos: Stadt Dinslaken*